

УДК 338.4:316:005.32](477)

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/2-100-9>

**Пріхно І. М.**

Черкаський державний технологічний університет

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2922-5548>

**Макаров І. А.**

Черкаський державний технологічний університет

ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-0165-9159>

## ДОСВІД УКРАЇНИ У РЕАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ

У статті з'ясовано причини популярності та актуальності концепції соціальної відповідальності бізнесу в сучасному світі. Виявлено проблеми, які заважають Україні активніше реалізовувати концепцію соціальної відповідальності бізнесу. Здійснено періодизацію розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні, яку схематично представлено у вигляді п'яти етапів, починаючи з 90-х років ХХ ст. і дотепер. Виокремлено основні характерні особливості розвитку соціальної відповідальності бізнесу на кожному з етапів. Проаналізовано основні напрями соціальної відповідальності на окремих підприємствах в Україні. Виділено найбільш пріоритетні напрями соціальної відповідальності бізнесу. Запропоновано комплекс заходів для активізації подальшого розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні.

**Ключові слова:** соціальна відповідальність, бізнес, концепція, соціальні інвестиції, екологічна відповідальність, корпоративне волонтерство.

**Постановка проблеми.** У світі, де соціальні та екологічні проблеми стають все гострішими, підприємства все частіше усвідомлюють свою відповідальність перед суспільством. Концепція соціальної відповідальності бізнесу набуває все більшої популярності та актуальності, що викликано глобальними світовими трендами, таким як:

- глобалізаційні процеси, які дозволяють підприємствам все більше інтегруватися в глобальні ланцюжки постачання, що, відповідно, вимагає дотримання міжнародних стандартів соціальної відповідальності;

- зміна клімату та екологічні процеси, що спонукає бізнес приєднуватися до екологічно відповідальних практик;

- соціальна нерівність, посилення якої у суспільстві вимагає від бізнесу активної участі у вирішенні соціальних проблем;

- очікування споживачів, які все більше віддають перевагу товарам і послугам підприємств, що демонструють соціальну відповідальність.

Україна, незважаючи на численні виклики, також долучається до цього глобального тренду. Однак, шлях до повної реалізації концепції соціальної відповідальності бізнесу в Україні є складним і супроводжується низкою проблем. По-перше, війна в Україні спричинила масштабну гуманітарну катастрофу, що вимагає від бізнесу активної участі у відновленні країни. По-друге, економічна нестабільність в Україні обмежує можливість підприємств для інвестування в соціальні проекти, але водночас підкреслює важливість соціальної відповідальності для довгострокового розвитку бізнесу. По-третє, український бізнес активно адаптується до нових умов, що вимагає розробки нових бізнес-моделей, які враховують соціальні та екологічні фактори. По-четверте, Україна прагне інтегруватися в Європейський Союз, що вимагає дотримання європейських стандартів корпоративного управління та соціальної відповідальності.

Вважаємо, що тема дослідження представляє науковий інтерес, оскільки дозволить на теоретичному рівні виявити тенденції України щодо участі у концепції соціальної відповідальності бізнесу та віднайти практичні рекомендації ефективного впровадження соціальної відповідальності вітчизняними підприємствами.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Основні тенденції розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні досліджувалися в наукових працях вчених, таких як: С. Брехаря, М. Варламова, Л. Грицина, О. Длугопольський, О. Долубовська, Г. Єнгоян, С. Єрмак, Т. Кузь, К. Лящук, Л. Малюта, Д. Олійник, В. Рудан, І. Стойко, Л. Фролова, О. Харун, С. Шерстюк та інших.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Незважаючи на важливість теми дослідження, в Україні все ще недостатньо наукових досліджень, присвячених соціальній відповідальності бізнесу, оскільки підприємства та державні органи мають потребу в практичних рекомендаціях щодо впровадження та оцінки соціальної відповідальності. Переконані, що дослідження в цій галузі можуть сприяти розвитку теоретичних засад, методологічних інструментів та практичних порад для реалізації концепції соціальної відповідальності бізнесу.

**Мета статті:** дослідити етапи розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні та запропонувати практичні рекомендації для реалізації концепції соціальної відповідальності бізнесу в Україні.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Соціальна відповідальність бізнесу в Україні пройшла значний шлях розвитку: від пізнання поняття «соціальна відповідальність» до впровадження соціальної відповідальності у бізнес-практику.

Досліджуючи погляди науковців щодо періодизації процесу розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні, доцільно відзначити, що по суті етапи розвитку досліджуваного процесу мають схожість, але чіткі межі між цими етапами провести складно, оскільки розвиток соціальної відповідальності бізнесу є безперервним процесом. Саме тому можливим є виокремлення лише загальних тенденцій розвитку кожного етапу.

На рис. 1 відображено етапи розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні, які, на нашу думку, найбільш точно розкривають процес її пізнання, становлення, розширення, оновлення, модернізації та адаптування.

Перший етап «Формування розуміння поняття «соціальна відповідальність бізнесу» припадає на кінець ХХ ст. і на початок ХХІ ст. (90-ті – початок 2000-х рр.), що співпадає з початком становлення



Рис. 1. Етапи розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні

Джерело: розроблено автором на основі [1; 2]

України як незалежної держави. Тут доцільно відзначити, що перехід до ринкової економіки став серйозним випробуванням для українських підприємств, які успадкували у свою власність значну соціальну інфраструктуру, яка раніше була невід'ємною частиною великих заводів та фабрик. Мова йде про дитячі садки, будинки культури, лікарні та поліклініки, спортивні комплекси, які функціонували на великих підприємствах. Таке явище було викликано загальнодержавною політикою та ідеологією радянської епохи щодо зобов'язання будувати об'єкти соціальної інфраструктури при підприємствах.

Питання полягає в тому, чи можна вважати радянський спадок соціальної інфраструктури проявом концепції соціальної відповідальності бізнесу, яка, звісно ж, виникла значно пізніше радянської епохи? Відповідь, на нашу думку, буде скоріш за все – «Ні». Чому? Тому що підприємства не мали вибору, чи будувати їм соціальні об'єкти – це було обов'язковою нормою. Крім того, головною метою було не створення кращих умов для працівників, а зміцнення соціальних зв'язків і створення лояльності до радянської системи. До того ж вся соціальна сфера була під жорстким контролем держави, а не підприємств. Всі зазначені аргументи не відповідають змісту концепції соціальної відповідальності бізнесу.

Звичайно ж, логічно припустити, що успадкована соціальна інфраструктура могла б стати основою для подальшого розвитку, але будівлі перебували у занедбаному стані, потребували капітального ремонту або реконструкції, а також оновлення матеріально-технічної бази. Тому отриманий спадок створив значне фінансове навантаження на підприємства, в наслідок чого український бізнес переважно зосередився на виживанні та нарощуванні прибутків. Відповідно, частина соціальних об'єктів була передана у комунальну

власність, що дозволило забезпечити їх фінансування за рахунок місцевих бюджетів, а інша частина – була приватизована, що дозволило залучити додаткові інвестиції в їхній розвиток.

Також варто відзначити, що у 90-х роках ХХ ст. поняття соціальної відповідальності бізнесу було маловідомим в Україні. Перші прояви елементів соціальної відповідальності бізнесу прослідковуються у вигляді разових благодійних акцій та спонсоруння соціальних проєктів, які реалізовувалися на основі власних ініціатив великих підприємств та міжнародних стандартів. При цьому в Україні не було чітко визначених законодавчих норм, які б регулювали цю сферу.

Перший етап (або початковий) розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні був досить складним і супроводжувався низкою проблем, пов'язаних, у тому числі й з економічною і фінансовою кризами. Однак, варто визнати, що у цей період були закладені основи для подальшого розвитку соціальної відповідальності бізнесу, поступово формувалося розуміння того, що соціальна відповідальність є не лише моральним обов'язком, а й інструментом для досягнення довгострокового успіху бізнесу. Зростання свідомості про важливість соціальної відповідальності бізнесу, розвиток законодавчої бази та підтримка з боку міжнародних організацій сприяли поступовому переходу українських підприємств до більш відповідального ведення бізнесу.

Другий етап розвитку соціальної відповідальності бізнесу характеризується появою системного підходу, відповідно до якого підприємство є складною системою, яка взаємодіє з різноманітними внутрішніми та зовнішніми середовищами. Тобто відбулося усвідомлення того, що бізнес не існує ізольовано, а взаємодіє з різноманітними зацікавленими сторонами: працівниками, клієнтами, постачальниками, місцевими громадами,

органами державної влади тощо. Тому при розробці стратегії розвитку підприємство повинно враховувати інтереси усіх цих сторін.

У 2000-ні роки ХХІ ст. відбулася активізація діяльності міжнародних організацій в Україні, підвищився інтерес українських підприємств до міжнародних стандартів, відбулися перші спроби впровадження програм соціальної відповідальності окремими підприємствами. Ці програми були зосереджені на таких напрямках: екологія, освіта, благодійництво.

Також, відзначимо, що у 2005 р. було проведено форуму «Корпоративна соціальна відповідальність і Глобальний договір» та розроблено Меморандум про соціальну відповідальність бізнесу. У 2006 р. «Глобальний договір» підписали 34 провідних інноваційних вітчизняних та міжнародних підприємств, зокрема, «Кока-Кола Беверіджиз Україна ЛТД», СКМ, «Тетра Пак Україна», ТНК-ВР Україна та інші. А у 2007 р. Україна приєдналася до міжнародної групи з розробки нового міжнародного стандарту із соціальної відповідальності ISO 26000, згідно з яким корпоративна соціальна відповідальність включає такі складові: захист прав людини й навколишнього природного середовища, безпеку праці, права споживачів, організаційне управління та етику бізнесу. Зауважимо, що дана група складалася з 6-ти груп стейкхолдерів: органів державної влади, бізнесу, споживачів, профспілок, неурядових організацій та дослідницьких інституцій [1].

На третьому етапі розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні прийшло усвідомлення того, що соціальна відповідальність бізнесу може бути не тільки соціальним обов'язком, але й ефективним інструментом для підвищення репутації, залучення клієнтів та талантів. Тобто соціальну відповідальність бізнесу почати розглядати як конкурентну перевагу. Відбувається процес активного розвитку: все більше підприємств усвідомлюють і реалізують концепцію соціальної відповідальності бізнесу. Відзначимо, що окрім традиційних напрямів, підприємства звернули увагу на такі питання, як корпоративне управління, права людини та боротьба з корупцією. Також особлива увага було зосереджена на проблемі зміни клімату в рамках проведення кампанії «Go Green» (із залученням 23-х провідних компаній).

На даному етапі (у 2008 р.) була заснована експертна організація «Центр «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності». У 2010 р. було прийнято міжнародний стандарт ISO 26000, який розкриває сутність соціальної відповідальності та надає бізнес-структурам рекомендації стосовно заходів, практик і принципів соціальної відповідальності. У 2013 р. указом Президента України було затверджено плани щодо розроблення стратегії сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу. З цією метою запрацювала робоча група при Координаційній раді сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні [1].

Четвертий етап розвитку соціальної відповідальності бізнесу – це етап трансформації, який розпочався починаючи з 2014 року. Цей період в історії України характеризується політичною та економічною нестабільністю, а також глобальними викликами, такими як пандемія COVID-19, що змусило бізнес переосмислити свої пріоритети. Підприємства почали активніше підтримувати місцеві громади, зокрема, надаючи гуманітарну допомогу та сприяючи розвитку інфраструктури.

Соціальну відповідальність бізнесу все більше почали пов'язувати з поняттям сталого розвитку, що передбачає балансування економічних, соціальних та екологічних інтересів.

У 2014 р. Радою ОЕСР було прийнято рішення про поглиблення співпраці з Україною та підписання Меморандуму про взаєморозуміння між Урядом України та ОЕСР щодо поглиблення співробітництва. У 2016 р. відновила свою діяльність робоча група при Координаційній раді сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні з питань корпоративної соціальної відповідальності у статусі ініціативної; кількість зареєстрованих учасників Глобального договору ООН досягла 266-ти. У 2019 р. Президент України підписав указ «Про цілі сталого розвитку України на період до 2030 року», досягнення яких потребує дотримання бізнес-структурами принципів корпоративної соціальної відповідальності.

Важливою подією цього етапу стало прийняття Урядом України рішення про схвалення Концепції реалізації державної політики у сфері розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року (розпорядження Кабінету Міністрів України від 24 січня 2020 року № 66-р) [3]. Ця Концепція направлена на забезпечення в Україні сталого економічного зростання, урегулює процеси приєднання до Європейського Союзу та Організації економічного співробітництва та розвитку. Зауважимо, що процес приєднання не можливий без запровадження сучасних механізмів взаємодії держави і бізнесу, а також бізнесу і суспільства. Прийняття Концепції сприятиме посиленню взаємної відповідальності усіх учасників суспільного життя та створить умови для подальшого соціально-економічного розвитку держави та суспільства [3; 4, с. 101-102]. У липні 2020 року затверджено План заходів з виконання Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року (розпорядження Кабінету Міністрів України від 01 липня 2020 року № 853-р) [5].

Сучасний етап розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні розпочався у 2022 році. Вторгнення російських військ в Україну стало новим викликом для бізнесу. Підприємства активно почали долучатися до волонтерського руху, надавати фінансову допомогу ЗСУ та внутрішньо переміщеним особам. Український бізнес все активніше інтегрується в глобальні мережі соціальної відповідальності бізнесу, співпрацюючи з міжнародними організаціями та підприємствами. Все більшу роль відіграють технології, які дозволяють підвищити ефективність соціальних проектів та забезпечити прозорість діяльності підприємств.

Українські підприємства все активніше долучаються до глобального тренду соціальної відповідальності. Вони розуміють, що сталий розвиток бізнесу неможливий без врахування соціальних та екологічних аспектів. Аналіз основних напрямів соціальної відповідальності українських підприємств наведено у табл. 1.

Підсумовуючи результати аналізу напрямів соціальної відповідальності бізнесу в Україні [6; 7, с. 63; 8, с. 105; 9, с. 269; 10, с. 228-229], доцільно виділити серед найбільш пріоритетних такі:

1) соціальні інвестиції – фінансування освітніх, медичних, культурних та інших соціальних проектів;

Таблиця 1

## Напрями соціальної відповідальності бізнесу в Україні

Назва підприємства	Напрями соціальної відповідальності бізнесу
Нібулон	екологічні проекти; підтримка розвитку сільського господарства; інвестиції в освіту
Оболонь	захист прав людини; проведення заходів для персоналу; розвиток корпоративної культури й традицій
Рошен	безпека та комфорт для дітей (побудова дитячих майданчиків, допомога медичним закладам); допомога військовим; розвиток культури
Епіцентр К	розвиток спорту, культури та освіти; благодійна діяльність (допомога медичним закладам, дитячим будинкам та іншим соціально незахищеним верствам населення)
АТБ-маркет	благодійні акції; підтримка освітніх проектів та розвиток спорту
Нова Пошта	створено і реалізується проект «Гуманітарна пошта України»; допомога ЗСУ; підтримка ветеранів, дітей-сиріт та людей з інвалідністю; розвиток екологічних ініціатив
Київстар	допомога військовим та саперам, лікарям, постраждалим від війни; гуманітарне розмінування деокупованих територій; відновлення цифрової інфраструктури України; дитяча безпека; підтримка здоров'я та здорового способу життя; розвиток освіти, інновацій; волонтерство
Альфа-банк	розвиток культури; безпека та комфорт для дітей; проведення освітніх заходів з фінансової грамотності
Укрсиббанк	розвиток малого та середнього бізнесу, фінансування соціальних проектів; участь у волонтерських ініціативах
ПриватБанк	реалізація різноманітних соціальних проектів, спрямованих на підтримку освіти, культури, спорту; благодійництво

Джерело: розроблено на основі [6, с. 63; 7, с. 86; сайти вітчизняних підприємств]

2) волонтерство та благодійність – підтримка благодійних фондів, організація волонтерських акцій, допомога нужденним, спонсорство;

3) екологічна відповідальність – збереження навколишнього природного середовища, впровадження екологічно чистих технологій, енергозбереження, зменшення викидів, переробка відходів;

4) підтримка місцевих громад – співпраця з місцевими органами влади, розвиток інфраструктури, підтримка малого бізнесу;

5) розвиток персоналу – створення сприятливих умов праці, навчання та розвиток співробітників;

6) корпоративне волонтерство – залучення співробітників до соціальних проектів;

7) прозорість бізнесу – публікація звітів про соціальну відповідальність, дотримання етичних стандартів.

Загалом, доцільно зауважити, що розвиток соціальної відповідальності бізнесу в Україні демонструє позитивну динаміку. Однак, для подальшого зростання необхідно:

– створити сприятливе законодавче середовище, тобто розробити та впроваджувати законодавчі норми, які б стимулювали розвиток соціальної відповідальності бізнесу;

– посилити роль держави, тобто держава повинна активно приймати участь у формуванні та

реалізації національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу;

– забезпечити розвиток інфраструктури соціальної відповідальності бізнесу, тобто створити платформи для обміну досвідом, проведення досліджень та розробки інструментів для оцінки ефективності соціальних проектів;

– посилювати популяризацію соціальної відповідальності, тобто проводити інформаційні кампанії з метою підвищення обізнаності бізнесу, громадськості та державних органів щодо важливості соціальної відповідальності.

**Висновки.** Підсумовуючи результати дослідження, доцільно відзначити, що соціальна відповідальність бізнесу в Україні є не лише необхідною, а й інвестицією в майбутнє. Підприємства, які впроваджують принципи соціальної відповідальності, демонструють свою відповідальність перед суспільством та підвищують свою репутацію.

Соціальна відповідальність бізнесу в Україні – це процес, який потребує подальшого розвитку. Незважаючи на виклики, українські підприємства мають позитивні приклади, що свідчить про потенціал розвитку концепції соціальної відповідальності бізнесу в нашій країні. Для досягнення стійких результатів необхідна спільна робота бізнесу, держави та громадських організацій.

## Список використаних джерел:

1. Фролова Л.В., Єрмак С.О. Розвиток корпоративної соціальної відповідальності серед бізнес-структур України. *Ефективна економіка*. 2021. № 4. URL: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4\\_2021/15.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4_2021/15.pdf)
2. Брехаря С. Етапи становлення корпоративно-соціальної відповідальності українського бізнесу. *Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І.Ф. Кураса НАН України*. 2018. Вип. 5–6 (85–86). С. 312–326.
3. Концепція реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року : розпорядження Кабінету Міністрів України від 24.01.2020 р. № 66-р / Верховна Рада України: офіційний сайт. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/66-2020-%D1%80#Text>
4. Стойко І., Шерстюк С., Долубовська О. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні у воєнний і післявоєнний період. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2022. Вип. 2 (27). С. 93–106. URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/1983627>
5. План заходів з виконання Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року: розпорядження Кабінету Міністрів України від 01.07.2020 р. № 853-р / Верховна Рада України: офіційний сайт. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/853-2020-%D1%80#Text>
6. Варламова М., Єнгоян Г. Світові тренди розвитку соціальної відповідальності бізнесу. *Галицький економічний вісник*. 2019. № 5 (60). С. 58–65.
7. Liudmyla Maliuta, Vitaliy Rudan, Tetiana Kuz (2024) Prospects for the implementation of the concept of corporate social responsibility of Ukrainian business in wartime conditions. *International Interdisciplinary Scientific Journal "Expert"*. Vol. 1, Is. 3. URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/1983627>

8. Лящук К.П. Моделі корпоративної соціальної відповідальності. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2019. № 6. Т. 1. С. 103–106.
9. Длугопольський О.В., Олійник Д.М. Соціальна відповідальність бізнесу: приклади розвинутих країн світу для України. *European scientific journal of Economic and Financial innovation*. 2020. № 2 (6). С. 265–273.
10. Харун О.А., Грицина Л.А. Розвиток соціальної відповідальності за умов поглиблення євроінтеграційних процесів. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2021. № 6. Т. 1. С. 225–231.

#### References:

1. Frolova L.V., Yermak S.O. (2021) Rozvytok korporatyvnoyi sotsialnoyi vidpovidalnosti sered biznes-struktur Ukrainy [Development of corporate social responsibility among business structures of Ukraine]. *Efektivna ekonomika* [Effective economy]. No. 4. Available at: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4\\_2021/15.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4_2021/15.pdf)
2. Brekharya S. (2018) Etapy stanovlennya korporatyvno-sotsialnoyi vidpovidalnosti ukrayinskoho biznesu [Stages of formation of corporate and social responsibility of Ukrainian business]. *Naukovi zapysky Instytutu politychnykh i etnonatsionalnykh doslidzhen im. I.F. Kurasa NAN Ukrainy* [Scientific notes of the Institute of Political and Ethnonational Studies named after I.F. Curaca of the National Academy of Sciences of Ukraine]. No. 5–6 (85–86). P. 312–326.
3. Kontseptsiya realizatsiyi derzhavnoyi polityky u sferi spryyannya rozvytku sotsialno vidpovidalnoho biznesu v Ukraini na period do 2030 roku [The concept of implementation of state policy in the sphere of promoting the development of socially responsible business in Ukraine for the period up to 2030]. *Order of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated January 24, 2020*. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/66-2020-%D1%80#Text>
4. Stoyko I., Sherstyuk S., Dolubovska O. (2022) Sotsialna vidpovidalnist biznesu v Ukraini u voyenny i pisyavoyenny period [Social responsibility of business in Ukraine in the war and post-war period]. *Sotsialno-ekonomichni problemy i derzhava* [Socio-economic problems and the state]. No. 2 (27). P. 93–106.
5. Plan zakhodiv z vykonannya Kontseptsiyi realizatsiyi derzhavnoyi polityky u sferi spryyannya rozvytku sotsialno vidpovidalnoho biznesu v Ukraini na period do 2030 roku [Plan of measures for the implementation of the Concept of implementation of state policy in the sphere of promoting the development of socially responsible business in Ukraine for the period until 2030]. *Order of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated July 01, 2020*. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/66-2020-%D1%80#Text>
6. Varlamova M., Yenhoyan H. (2019) Svitovi trendy rozvytku sotsialnoyi vidpovidalnosti biznesu [World trends in the development of social responsibility of business]. *Halytskyi ekonomichnyy visnyk* [Galician Economic Bulletin]. No. 5 (60). Vol. 1. P. 58–65.
7. Liudmyla Maliuta, Vitaliy Rudan, Tetiana Kuz (2024) Prospects for the implementation of the concept of corporate social responsibility of Ukrainian business in wartime conditions. *International Interdisciplinary Scientific Journal "Expert"*. Vol. 1, Is. 3. URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/1983627>
8. Lyashchuk K.P. (2019) Modeli korporatyvnoyi sotsialnoyi vidpovidalnosti [Models of corporate social responsibility]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu* [Bulletin of the Khmelnytskyi National University]. No. 6. Vol. 1. P. 103–106.
9. Dluhopolskyi O.V., Oliynyk D.M. (2020) Sotsialna vidpovidalnist biznesu: pryklady rozvynutykh krayin svitu dlya Ukrainy [Social responsibility of business: examples of developed countries of the world for Ukraine]. *European scientific journal of Economic and Financial innovation* [European scientific journal of economic and financial innovation]. No. 2 (6). P. 265–273.
10. Kharun O.A., Hrytsyna L.A. (2021) Rozvytok sotsialnoyi vidpovidalnosti za umov pohlyblennya yevrointehratsiynykh protsesiv [Development of social responsibility under the conditions of deepening European integration processes]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu* [Bulletin of the Khmelnytskyi National University]. No. 6. Vol. 1. P. 225–231.

#### Prihno Iryna, Makarov Ihor

Cherkasy State Technological University

#### EXPERIENCE OF UKRAINE IN IMPLEMENTING THE CONCEPT OF SOCIAL BUSINESS RESPONSIBILITY

##### Summary

The article explains the reasons for the popularity and relevance of the concept of social responsibility of business in the modern world. Problems were identified that prevent Ukraine from more actively implementing the concept of social responsibility of business. The periodization of the development of social responsibility of business in Ukraine was carried out, which is schematically presented in the form of five stages, starting from the 90s of the XX century. and until now: 1st stage – forming an understanding of the concept of "social responsibility"; 2nd stage – the beginning of the system approach; 3rd stage – active development; 4th stage – transformation and adaptation; The 5th stage is a new era of "social responsibility". The main characteristic features of the development of social responsibility of business at each of the stages are highlighted. The main directions of social responsibility at individual enterprises in Ukraine are analyzed. The most priority areas of social responsibility of business are highlighted, which include: social investments; volunteering and charity; environmental responsibility; support of local communities; personnel development; corporate volunteering; business transparency. A set of measures is proposed to intensify the further development of social responsibility of business in Ukraine, in particular, to create a favorable legislative environment, to strengthen the role of the state, to ensure the development of the infrastructure of social responsibility of business, to strengthen the popularization of social responsibility. It was noted that the social responsibility of business in Ukraine is not only a necessity, but also an investment in the future. Enterprises that implement the principles of social responsibility demonstrate their responsibility to society and increase their reputation. Social responsibility of business in Ukraine is a process that needs further development. Despite the challenges, Ukrainian enterprises have positive examples, which shows the potential of developing the concept of social responsibility of business in our country. To achieve sustainable results, joint work of business, the state and public organizations is necessary.

**Keywords:** social responsibility, business, concept, social investment, environmental responsibility, corporate volunteering.